

「国際中堅企業」の登場 (24)

中国でロシアと日本を繋ぐ、藍寶石木業有限公司

西澤 正樹

延辺朝鮮族自治州琿春市に立地する「藍寶石木業有限公司」は、一九九〇年に王列氏が二十七歳で大連市金州区にて創業した「大連三和家庭用品有限公司」の子会社である。王氏は、これまで二十三年間一貫して「割り箸」の生産に携わってきた。中国から日本に輸出される割り箸は年間約二五〇億膳、中国国内では約三〇〇億膳が消費される¹⁾。

〇八年、当社は琿春市に藍寶石木業を設立、ロシアから二次原材料を輸入・加工し、全量日本に輸出するビジネスモデルを構築している。

中国とロシアの木材産業事情

現在、当社が割り箸の原材料としているのは、極東ロシア産のアスペン（カナディアンポプラ：ヤナギ科の広葉樹）と樺である。以前は黒龍江省内で伐採した原木を調達し大連市で割り箸に加工していたのだが、中央政府は黄河の断流や長江の大洪水などを背景に国内の森林伐採・耕地化を規制する「退耕還林」政策等を打ち出したことから、国内産原木の調達が極めて厳しい状況となった。

一方、ロシア側の事情は次のようである。

ロシアの森林面積は約810万平方キロ（日本の国土約38万平方キロの約21倍）、そして、中国の森林面積は約200万平方キロである。ロシアの森林面積、森林蓄積はそれぞれ世界の約20%、25%とされる²⁾。豊富な森林資源を保有するロシアは、これまで国際原木市場において重要な供給国の位置にあった。丸太の輸出は拡大していくものの、ロシア国内の木材加工業の発展は遅々として進まず木材加工製品を輸入する状態が続いていた。

そこで、ロシア政府は木材加工に関する対ロシア投資を促すため、丸太の輸出関税を段階的に引き上げることとした。第1段階は07年7月から輸出価格の20%あるいは1立方メートル当たり10ユーロの課税、第2段階は08年4月からそれぞれ25%、15ユーロ、第3段階は09年1月からそれぞれ80%、50ユーロとされるが、第3段階の執行は猶予されている³⁾。実施されれば実質的な輸出禁止関税となる。

07年、ロシア丸太の輸入比率が68.5%にも達していた中国は、ロシアの輸出関税の上昇によって大きな影響を受けた。ロシア材の三大輸入口岸は内蒙古自治区滿州里、二连浩特および黒龍

江省綏芬河である。綏芬河には400社以上の木材加工企業があり、これらのなかには極東ロシアに進出して木材加工を行う企業が現われている。

琿春・藍寶石木業の事業

大連市には黒龍江省の原木を用いて日本向け割り箸の生産あるいは買付けを行う日系業者が多かったが、中国産原木による割り箸生産・輸出が実質的に禁止となったことにより、その多くは撤退し、現在は中国の地場企業を中心に割り箸事業が継続されている。

藍寶石木業はそうした地場企業の一社である。琿春輸出加工区に進出した当初、ロシア沿海州から鉄道で輸入される丸太を割り箸に加工していた。しかし、ロシアが07年から原木輸出関税を引き上げはじめたことから、現在、当社が技術指導したロシア企業から割り箸半製品を輸入し、琿春工場で仕上げ加工・検査・梱包を行い、大連港から日本に輸出している。

ロシアの人件費は中国に比べ高いが現地には原材料がある。また、高関税の原料丸太を輸入するよりも木材加工半製品を輸入する方がトータルコストは安い。ロシア企業は米ドルを求めている。対ドル円高基調は日本企業の輸入促進要因となるとみて、取引は米ドル決済である。対ドル元高方向にあるが、ほぼ固定相場にある現状が維持されることを期待している。当社の前年の売上高は約四、〇〇〇万元（約六億円）であった。

ロシアから輸入する割り箸半製品は、曲り、欠損、節などがある不良品が約10%含まれるので全量を手作業で選別を行う。次に中国製設備で表面切削、面取り、規定サイズへの切



ロシア産割り箸半製品の選別作業

り揃えを施し、完成品五〇〇〇膳をダンボール 1 梱包とする。製品は日本の外食産業の消耗品（割り箸、紙皿・紙コップ、ナプキン、包装資材など）を扱う日本の流通卸売業に全量輸出し、日本では「アスペン元禄箸」として 1 梱包 6 ～ 7,000 円で取引されている。当社の割り箸は、最終的に西日本全域の牛井チェーン店「吉野屋」「ヤナギ牛丼」が消費しているとされる。

- 1) 割り箸に関する環境問題論争については、東京大学教養学部内・環境三四郎 2006 年度割り箸プロジェクト「割り箸からみた環境問題」2006 年が詳しい。
- 2) 亀田進久「ロシアの森林法―新しい森林法典の制定をめくって―」（『レファレンス』2008.10）
- 3) 封安全「ロシアの木材輸出の新展開―対中国貿易を中心に―」（『スラヴ研究』vol. 56, 2008）

三カ国を誇るビジネス

藍寶石木業は地場資源型製造業である。黒龍江省を中心とする東北地域の木材資源を原材料とし、日本への輸出適地の大連で加工し、製品の全てを日本市場に輸出する事業スタイルであった。しかし、中国国内の原木丸太の安定確保が難しくなり、原材料の調達先を極東ロシアにシフトするのにあわせて、延辺朝鮮族自治州に生産工場を進出する。こうして、ロシアの資源を原材料とし、中国で仕上げ加工・生産し、日本市場に輸出する 3 カ国を跨るビジネスを構築している。

大連に立地していた日本の同業他社の多くは、中国の地場資源の調達が難しくなると極東ロシアに事業を展開することができず撤退した。日本の消費市場を巡る日本の同業他社との競争において当社が構築した優位性は、1) 極東ロシアの地場資源の調達ルートを確認したこと、2) 低コスト大量生産体制を維持したこと、3) 日本の消費市場への供給ルートを維持したことにある。

藍寶石木業の事業は、割り箸という特定製品の貿易において「ロシアの資源」「中国の生産力」「日本の市場」を結びつけ、中国の中小企業が国際中堅企業への成長を実現したものである。

当社の今後の成長発展の課題は、日本さらに中国や韓国の割り箸市場への参入および木製品製造への多角化を進め、国内同業他社との「品質、価格、スピード」の差別化を図ることにある。それを実現するためには、

いずれ地場資源賦在地域の極東ロシアへの直接投資が必要となるであろう。

今後の日・中・ロビジネス

中国の地場資源型中小製造業の国際中堅企業への成長についてみてきた。翻って、日本の地場資源型中小製造業の成長発展の方向はどう考えられるだろうか。北東アジアをみれば、日本の中小製造業の事業フィールドは大連市に集中し、瀋陽市ほか遼寧省内に徐々に展開しつつある状況である。吉林省、黒龍江省では日本の中小製造業の存在は薄い。ましてや極東ロシアでの日本企業の活動は微弱である。

地場資源が豊富だが人口が希薄で消費市場が小さな極東ロシア、人口と消費市場が豊富で資本も蓄積している中国東北地域、そして地場資源が不足のなかで高品質を要求する市場が成立し、それに対応する技術とサービスを蓄積してきた日本のそれぞれの要求は合致する部分があると考ええる。日本の地場資源型企業が北東アジア内陸地域を事業フィールドとして活動するのはこれからなのである。

そうしたとき、日本の地場資源型中小製造業は中国と極東ロシアの企業との事業連携を求める必要があるであろう。特に、極東ロシアの地場資源を活用するためには、中国企業との事業連携が有効であると考ええる。藍寶石木業は日々、ロシア企業との事業を継続しており、中国東北地域には数多くの「藍寶石木業」が存在しているのである。

（にしざわまさき・アジア研究所教授）